

questions
de communication

Questions de communication

21 | 2012

10 ans déjà, 10 questions de communication

Elihu KATZ, Paddy SCANNELL, eds, « The End of Television ? Its Impact on the World (So Far) »

The Annals of the American Academy of Political and Social Science,
vol. 625, 2009, 235 p.

Céline Ségur



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6766>

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2012

Pagination : 331-333

ISBN : 978-2-8143-0120-7

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Céline Ségur, « Elihu KATZ, Paddy SCANNELL, eds, « The End of Television ? Its Impact on the World (So Far) » », *Questions de communication* [En ligne], 21 | 2012, mis en ligne le 18 décembre 2012, consulté le 02 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6766>

Tous droits réservés

La *Baird Television Company*, entreprise anglaise fondée par John L. Baird, inventeur officiel de la télévision entre en conflits avec la BBC désireuse de travailler avec l'entreprise américaine Marconi-EMI qui lui propose une technologie – électronique et non mécanique – qui s'avère être de meilleure qualité. En ce sens, ce livre examine précisément la manière dont l'aspect technologique impacte sur les représentations et décisions de l'époque. Force est d'apprendre qu'en France, les premiers clients et consommateurs de télévision, loin de s'émerveiller devant la prouesse technologique, se plaignent de la piètre qualité des images retransmises bien en deçà des promesses faites par les industriels. Le discours promotionnel a d'ailleurs été différent selon les pays, par exemple en Suisse, la télévision a été présentée au public dans un discours fortement techniciste laissant peu de place à l'imaginaire médiatique très largement valorisé dans les pays anglo-saxons.

Pour la première fois, la télévision a été montrée en Suisse lors d'une exposition nationale devant un public d'experts et d'amateurs principalement masculin passionnés d'électricité. C'est ici même que le bât blesse puisque c'est en raison de considérations techniques que cet outil a du mal à s'imposer comme un dispositif médiateur d'événements en direct notamment sportifs. Pour les organisateurs, les lourds dispositifs de retransmission dénaturent le bon déroulement des manifestations et la diffusion d'images risque de remettre en question l'économie réelle du sport. Les inquiétudes et les tensions se cristallisent également par rapport au caractère transnational de ce moyen de communication. Ainsi l'émergence de la télévision aux Pays-Bas entraîne-t-elle des conflits au sein de la classe politique entre les nationalistes réfractaires à l'idée d'une télévision ouverte sur une culture extérieure et les partisans d'une conception a-territoriale de la culture. C'est d'ailleurs la dimension transnationale de la télévision italienne qui a permis d'éduquer la classe populaire aux classiques de la littérature et notamment étrangère.

Dans les années 50-70, le « *scenaggiato* », roman dramatisé, devient le genre exclusif de la télévision italienne entraînant, par là même, la hausse des ventes de romans dits de consommation. C'est ici que la notion d'intermédialité prend tout sens. La télévision s'est principalement construite à ses débuts en s'inspirant des formes classiques d'expression comme le théâtre ou les spectacles de rue ou des dispositifs de médiation traditionnels comme la radio. L'intérêt porté à la diffusion d'images n'allait pas de

soi et pouvait être considérée comme un frein dans la compréhension de certaines informations sonores telles que les actualités qui ont été présentées en Europe sans visage sur un fond d'écran où figurait une horloge. Le passage à la télévision des téléspectateurs lors d'émissions de variété n'a pas été non plus chose simple car ils méconnaissaient souvent les codes comportementaux qu'ils devaient adoptés sur un plateau. En définitive, si les articles retraçant la préhistoire de la télévision sont parfois lapidaires, le lecteur arrive à une certaine satiété. Les analyses sont profondes, les chercheurs ont réussi à surmonter les difficultés liées à la pénurie de certains programmes qui, à l'époque, n'avaient pas été archivés pour des raisons techniques ou relatives au manque d'intérêt porté à la constitution d'une mémoire télévisuelle. L'ensemble des propositions produites par les auteurs permet au lecteur de saisir facilement les éléments de continuité et de discontinuités qui pondèrent l'évolution de ce média. Il lui apporte aussi des pistes de réflexion conceptuellement riches qui l'armeront mieux pour appréhender les rouages actuels de l'univers télévisuel dont les problématiques restent encore proches de celles des origines. Il pourra également être plus à même de travailler sur les questions relatives au développement de l'internet dont les logiques recoupent parfois celles étudiées sur la télévision. En dernier lieu, notons que l'un des plus gros efforts que doit fournir le lecteur consiste à lui-même établir des relations entre les différents cas d'étude car quasiment aucun article n'effectue en son sein de comparatisme international.

Tiphaine Zetlaoui

ISCOM/GERICO, université Lille 3
tiphainezetlaoui@gmail.com

Elihu KATZ, Paddy SCANNELL, eds, « The End of Television ? Its Impact on the World (So Far) ».

The Annals of the American Academy of Political and Social Science, vol. 625, 2009, 235 p.

Il ne s'agit pas de prononcer l'éloge funèbre de la télévision mais de prendre acte d'une réalité qui est la fin d'une télévision. Celle du « partage » (« *sharedness* ») selon Elihu Katz (p.7), qui a fait place à une télévision en permanente interaction avec de nouveaux médias au sein d'un système. L'objectif du recueil consiste à s'interroger sur la place tenue par un média de masse au sein des sociétés occidentales, ainsi que sur son impact à long terme sur l'évolution de ces sociétés. La question des effets dits « à court terme » – par exemple celle de la persuasion telle qu'elle pourrait être posée

dans la perspective de la psychologie sociale –, est vivement rejetée par le sociologue à l'origine de ce projet éditorial ; la démarche est ici résolument sociologique : « The studies we are seeking are not short-term evaluations of persuasion campaigns but studies of values, ideologies, and institutions, studies of social structure and culture » [Les études privilégiées ne sont pas des mesures à court terme de campagnes de persuasion, mais des études sur les valeurs, les idéologies, les institutions, des études sur les structures sociales et sur la culture] (p. 9). D'emblée, la légitimité de cette livraison de la revue américaine *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* est assurée par l'identité de ses « *Special editors* » : Elihu Katz, professeur émérite des universités de Pennsylvanie et de Jérusalem, et Paddy Scannel, professeur à l'université du Michigan, deux chercheurs internationalement reconnus dans le champ des recherches sur les communications de masse. Dix-sept contributions rédigées par une majorité d'auteurs anglo-saxons sont proposées. Le média est ici envisagé à un niveau macro (le média en tant qu'objet technologique et en tant qu'institution), ainsi qu'à un niveau micro (les genres et les contenus de manière plus spécifique). Si l'impact sociétal de la télévision fonctionne comme le fil conducteur transversal à chacun des textes, les angles de traitement sont diversifiés. En voici quelques-uns.

La télévision tient une place importante dans les sociétés occidentales. Cette assertion est développée chiffres à l'appui par deux chercheurs de l'université du Maryland, John P. Robinson et Steven Martin (pp. 74-86). Ceux-ci rappellent que dans les années 60, des chercheurs avaient observé que la télévision tendait à remplacer d'autres activités dans la vie des individus, comme la consommation d'autres médias (radio, cinéma et presse), les pratiques sociales à l'extérieur (rendre visite à des amis) ainsi que les activités domestiques (ménage, jardinage ou encore sommeil). Autre résultat de cette étude : plus le temps libre des individus s'accroît, plus le temps passé devant la télévision augmente. Ce faisant, regarder le petit écran est devenu une activité solitaire (avec la multiplication des postes) et sédentaire, perçue de manière paradoxale par les usagers : « TV in general is a waste of time, but the programs i watched tonight were pretty good » [En général, la télévision est une perte de temps, mais les programmes que j'ai regardés ce soir étaient plutôt bons] (p. 85). Le propos de Sonia Livingstone (pp. 151-163) – chercheur britannique reconnue dans ce champ de recherches, elle enseigne à la *London School of Economics and Political Science* – porte de manière plus précise sur le rôle joué par

la télévision dans le développement de la structure familiale au cours de la deuxième moitié du XX^e siècle. Si elle admet d'emblée que ce rôle est difficile à définir, force est d'en reconnaître un impact : « Family life would have been different without TV or had TV been itself different » [La vie de famille aurait été différente sans la télévision ou si la télévision elle-même avait été différente] (p. 152). Allant à l'encontre de quelque idée répandue, elle explique combien l'image idéale, idyllique d'un petit écran réunissant autour de lui une famille unie prête à partager une activité télévisuelle n'est pas une création de l'industrie médiatique. C'est plutôt un « accident de l'histoire » : son argumentation repose sur l'idée que la télévision cherche davantage à segmenter ses audiences dans une optique marketing (avec des programmes pour les enfants, les adolescents, les femmes, etc.). Ceci étant, elle reconnaît que l'individualisation des usages a accompagné le développement du média, d'une part, pour des raisons sociologiques, lorsque la télévision fait office de *babysitter* ; d'autre part, pour des raisons économiques : à mesure que le coût des postes a diminué, ceux-ci ont quitté le salon familial pour s'installer dans les chambres, les cuisines... L'impact de l'évolution des postes de télévision a également intéressé Paul Frosh (pp. 87-102), enseignant au département de communication et de journalisme de l'université hébraïque de Jérusalem. L'auteur fait le lien entre la forme de l'appareil et la stratégie médiatique qui y est associée : les postes de l'ancienne génération (par opposition aux écrans plats), profonds et envahissants par l'aspect mais petits par l'écran, constituaient des supports privilégiés pour la présentation de visages de face, en plein écran (on pense notamment au « regard caméra » théorisé par Eliseo Veron). De fait, écrit-il, cela permettait une implication et une identification forte de l'audience, ainsi qu'une forme de conservation des personnages et des événements. La généralisation du format 16/9^e a quelque peu changé la donne : le visage ne peut plus s'y donner à voir sans arrière plan. De la même manière, poursuit-il, la multiplication de très petits écrans ces dernières années pourrait également entraîner des modifications dans le rapport à l'Autre proposé par l'écran de télévision : le visage de l'Autre tient dans ma main. C'est pourquoi, l'auteur conclut en annonçant la disparition du poste de télévision, qui ne fait plus sens (p. 100). Le rapport entre les contenus télévisuels et la réalité sociale est envisagé dans plusieurs des contributions. Par exemple, John Ellis (Royal Holloway University of London) passe en revue l'évolution des représentations des émotions à la télévision britannique, pour montrer combien leur expression est devenue de plus en plus courante,

même valorisante et nécessaire car synonyme de sincérité (pp.103-115). Ce qui n'est pas sans conséquence dans le champ de la communication politique. C'est à la représentation du genre féminin à la télévision américaine que s'est intéressée Andrea Press (pp. 139-150), en lien avec la place des femmes dans la société. Sans surprise, la sociologue (University of Virginia) explique que si cette représentation s'est diversifiée en un demi-siècle – des séries télévisées mettent en scène des lesbiennes, des mères célibataires, des dealers de drogue, etc. – la présentation physique de ces femmes demeure conforme au modèle conventionnel de la femme jeune, belle et mince. À cette ambivalence, s'ajoutent d'autres caractéristiques : des étapes successives jalonnent cette histoire de la représentation télévisuelle des femmes, depuis la ménagère des années 50 à la femme épanouie et indépendante d'aujourd'hui, en passant par la *working girl* des années 80 mais, avec une constante : la mise en tension du rôle de la femme entre famille et travail. Ceci étant, une question demeure : doit-on considérer que ce sont les images télévisuelles qui traduisent l'évolution de la position des femmes dans la société ? Ou peut-on envisager que c'est le média lui-même qui produit ces représentations et les diffuse au sein de l'espace public ? Dans une perspective critique dont il est familier, Peter Lunt (Brunel University, London) réhabilite le genre de la « *participatory tv* », considéré par certains comme populaire, voire populiste (pp. 128-138). Il fait référence aux *talk-shows*, aux programmes de télé-réalité et aux émissions qu'il rassemble sous l'appellation *lifestyle tv*, c'est-à-dire les émissions sur la décoration, le *relooking*... Ces programmes, avance-t-il, ne symbolisent pas la fin de la télévision, ils correspondent au contraire à une mission de service public. En effet, ils ont pour particularité d'installer une interaction forte avec le public qui, dès lors, ne se trouve plus le maillon final de la chaîne de communication : le public est sur le plateau, en tant que protagoniste du programme (il témoigne, il est conseillé, etc.), il participe (*via* les applaudissements), en résumé, il prend une part active au processus de production télévisuel. De plus, par les conseils prodigués, les expertises, les améliorations du quotidien, des relations familiales proposées, ces programmes véhiculent des normes de conduite destinées à améliorer le bien-être des individus.

En somme, la majorité des contributions consiste en un tour d'horizon de recherches menées sur une cinquantaine d'années de télévision. En ce sens, le recueil fonctionne effectivement comme un bilan de l'impact de la télévision dans nos sociétés

occidentales. La question des mutations à venir est abordée par le chercheur français Daniel Dayan (EH-ESS), qui s'interroge sur ce qui, de la télévision que nous connaissons, va survivre, dans un système qui fonctionnerait tel un partenariat entre cet ancien média et internet (pp.19-31). Il considère que le développement de ce nouveau média réduit le champ de réception des informations et des événements : avec la télévision, une image est diffusée au plus grand nombre de manière simultanée, on peut parler d'une réception collective. Sur l'internet, les informations circulent plutôt par le biais de réseaux sociaux, sur le mode de la rumeur : une réception en chaîne. De fait, selon l'auteur, cela modifie le sentiment d'appartenance à un public (qualifié de *publicness*). Par ailleurs, le statut de l'information est lui aussi remis en question. Daniel Dayan considère que, à l'heure actuelle, les informations tendent à circuler d'abord sur la toile avant d'être ensuite reprises par la télévision : la monstration télévisuelle de ces rumeurs les légitime. Cependant, l'auteur ne prend pas en considération le rôle joué par les internautes lorsqu'ils diffusent ces messages ; on peut considérer que ce sont ces usagers eux-mêmes qui, parce qu'ils la diffusent, accordent le statut de « pertinente », « intéressante » à une information ; en ce sens, la télévision la reprend parce qu'elle ne peut pas ne pas montrer ce qui circule par ailleurs. En revanche, Daniel Dayan souligne le rôle joué par les publics du web dans l'alimentation de controverses : sur la toile, les images sont discutées, commentées, débattues. Ce qui signifie que le nouveau média génère des espaces de controverses qui n'existaient pas auparavant et dont on ne mesure pas totalement les effets.

Céline Ségur

CREM, université de Lorraine
celine.segur@univ-lorraine.fr

Cyril LEMIEUX, dir., *La subjectivité journalistique*.

Paris, Éd. de l'EHESS, coll. Cas de figure, 2010, 315 p.

La subjectivité journalistique est d'abord un livre de sociologie des professions, en l'occurrence du journalisme. Une série d'études de cas relativement détaillées dresse un panorama des transformations des conditions d'exercice de cette activité. Les journalistes sont-ils aujourd'hui les rouages d'une machine médiatique asservie à la logique marchande, comme le dénonce une certaine critique des médias, ou sont-ils « absolument libres » comme semblent persister à le croire certains ? Si l'introduction force les traits de l'alternative, ménageant ainsi à moindre frais un appel salutaire à plus de subtilités